

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi semakin mempermudah kehidupan manusia. Salah satu kemudahan yang dirasakan adalah transaksi antara penjual dan pembeli melalui internet. Yang sering disebut juga dengan bisnis online (*Online Shop*).

Bisnis online banyak dijalankan oleh masyarakat, karena bisnis online memiliki beberapa kelebihan yang tidak dimiliki oleh bisnis *offline*. Berikut beberapa keuntungan bisnis online yang menjadi daya tarik para pencari usaha :

1. Tidak membutuhkan modal usaha yang terlalu besar. Dalam menjalankan bisnis online, modal bukanlah hal utama bagi para pengusaha. Karena banyak peluang yang dapat dijalankan dengan modal kecil bahkan tanpa modal sama sekali, modal utama yang seharusnya dimiliki adalah fasilitas komputer dan adanya jaringan internet.
2. Menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan toko *offline*. Keuntungan yang kedua dari bisnis online adalah luasnya jangkauan pasar. Karena dengan jaringan internet, dapat membantu pemasaran bisnis yang Anda jalankan hingga mencakup semua daerah bahkan sampai ke lain negara. Yang dibutuhkan hanya optimalisasi penggunaan SEO, agar bisnis Anda mudah ditemukan konsumen.

3. Biaya operasional yang cenderung lebih murah dibandingkan bisnis *offline*. Bisnis online dapat dikerjakan dari rumah, dan tidak terlalu membutuhkan biaya operasional yang terlalu tinggi layaknya bisnis *offline*.
4. Memberikan keuntungan baik materi maupun non materi. Keuntungan materi yang diperoleh dari bisnis online tidak kalah besar dibandingkan bisnis *offline*, karena biaya operasional bisnis online yang cenderung masih rendah. Selain itu keuntungan non materi dengan bertambah luasnya jaringan, juga sangat membantu perkembangan bisnis online yang dijalankan.
5. Waktu kerja bisnis online yang tidak terbatas, bahkan nonstop 24 jam. Karena dalam menjalankan bisnis online yang bekerja adalah sistem, sehingga tugas kita sebagai pemilik usaha hanya memberikan *follow up* atas permintaan yang telah diterima sistem.
6. Mudahnya pelayanan yang diberikan kepada para konsumen, dengan fasilitas online yang mendukung. Misalnya untuk pembayaran dapat dilakukan dengan mencantumkan nomor rekening perusahaan anda, sehingga hasil omset penjualan dapat langsung anda terima. (bisnisukm, 2010)

Penjualan produk secara online atau sering disebut dengan online shop saat ini telah menjadi tren bagi mereka yang memulai berwirausaha. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya toko online yang ada di Indonesia. BMI Research Head, Yoanita Shinta Devi mengungkapkan, “Pasar

belanja online di Indonesia akan tumbuh hingga 57% pada tahun 2015, atau meningkat sekitar dua kali lipat dibandingkan dengan tahun lalu”. (Mitra Komunitas Telematika, Biskom 2015)

Seiring kemajuan teknologi, semakin banyak perusahaan yang menggunakan online shop. Hal tersebut menunjukkan persaingan online shop semakin ketat. Perusahaan harus semakin kreatif untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut. Mereka yang tidak bisa bersaing maka mereka akan tutup. Salah satu cara yang dilakukan adalah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Perusahaan melakukan investasi yang signifikan pada teknologi informasi seperti teknologi web, penyimpanan data, dan pengelolaan hubungan pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan fungsionalitas dari teknologi dalam menentukan strategi bisnis, hubungan konsumen atau memperluas jaringan perusahaan (Sambamurthy, Bharadwaj, & Grover, 2003). Semakin banyak online shop yang tersedia, tentu semakin mempersempit pasar target. Ketatnya persaingan dapat menjadi kendala besar bagi para pebisnis online shop, khususnya para pebisnis yang kurang serius menjalaninya (Lakubgt, 2014). Dengan begitu, banyak toko online yang tidak mampu bertahan dalam waktu lama, salah satu cara untuk terus bertahan adalah dengan meningkatkan loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan di luar negeri oleh Srinivasan, S, et al (2002) dapat diketahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada online shop. Permasalahannya, ada perbedaan perilaku konsumen yang dianggap menarik. Perbedaan tersebut

disebabkan latar belakang budaya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen online shop di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka penelitian ini merumuskan beberapa masalah yang akan menjadi fokus penelitian. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh faktor karakteristik e-business terhadap e-loyalty?
2. Apakah ada pengaruh e-loyalty terhadap behavioral outcomes?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh karakteristik e-business terhadap E-loyalty.
2. Untuk menguji pengaruh e-loyalty terhadap behavioral outcomes.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis : penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada pengusaha mengenai faktor apa saja yang perlu diperhatikan (menjadi fokus) agar loyalitas konsumen bisa terjaga.
2. Manfaat teoritis : memberikan tambahan pengetahuan dalam loyalitas pelanggan pada online shop.

E. Batasan Masalah

Agar permasalahan penelitian ini lebih terfokus, seperti penelitian terdahulu yang telah dilakukan di luar negeri oleh Srinivasan, S., et al (2002), maka dirumuskan batasan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti adalah

a. Faktor karakteristik e-business yang terdiri dari :

- 1) Customization
- 2) Contact Interactivity
- 3) Cultivation
- 4) Care
- 5) Community
- 6) Choice
- 7) Convenience
- 8) Character

b. E-Loyalty

c. Behavioral Outcomes :

- 1) Search
- 2) Word-of-Mouth
- 3) Willingness to pay more

2. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas AMIKOM

Yogyakarta yang melakukan belanja online dalam kurun waktu 2 minggu terakhir.

3. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2017.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis ke dalam lima bab. Susunan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal dalam penelitian ini yang menyajikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah serta Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijelaskan landasan teori sebagai dasar dalam melakukan analisa, hipotesis penelitian, dan model penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai jenis penelitian, sampel dan metode sampel yang digunakan, metode pengumpulan data, definisi operasional, alat ukur yang digunakan, uji coba instrumen, dan metode pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai deskripsi responden, hasil uji coba instrumen, dan hasil pengujian hipotesis. Selain itu, dalam bab ini peneliti membahas hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti akan menyimpulkan hasil penelitian, implikasi manajerial dan memberikan saran atau masukan bagi penelitian selanjutnya. Peneliti juga akan menyampaikan keterbatasan penelitian yang dilakukan.

